

**PENGEMBANGAN PASAR PRODUK SYRUP CARICA MEREK
“SUNRISE” MELALUI PRODUK DAN KOMUNIKASI PEMASARAN**

Oleh

Eny Endah Pujiastuti S.Sos,Msi

Suratna S.Sos,M.Ab

Muh.Edy Susilo S.Sos,Msi

Abstrak

Kesuksesan sebuah UKM salah satunya dipengaruhi kemampuan pemilik usaha dalam mengambil sebuah keputusan strategic. Wirausaha harus dapat mengambil keputusan berdasarkan atas informasi terbaik yang dikumpulkan. Informasi pasar akan membantu untuk menemukan pasar baru yang dapat dimasuki dan menemukan pelanggan baru dalam pasar yang ada sekarang serta mengetahui produk-produk baru yang mempunyai potensi untuk dikembangkan pada masa yang akan datang. Demikian juga yang dialami oleh UD Pondok Mulya yang memiliki usaha produk sirup carica dengan merek Sunrise. UD. Pondok Mulya merupakan salah satu UKM yang berada di Wonosobo yang memproduksi berbagai macam jenis makanan dari bahan dasar buah carica.

Bahan baku carica mudah dijumpai di daerah Dieng wonosobo. Pohon carica dapat tumbuh subur di daerah ini sehingga produk berbahan baku mempunyai keunikan tersendiri dibandingkan produk lain. Setiap bulan perusahaan dapat menjual lebih dari 1.500 botol sirup carica. Sebenarnya pasar sangat tinggi namun karena proses produksinya sebagian besar masih dilakukan secara manual maka sulit untuk memenuhi permintaan pasar. Daerah pemasarannya terbatas di kota Wonosobo dan Semarang. Keterbatasan jaringan pemasaran menyebabkan sempitnya daerah pemasaran ini. Teknik pemasarannya mengandalkan distribusi melalui toko-toko makanan khas atau kerja sama dengan pengepul, belum merambah ke supermarket atau lainnya. Segmen pasar yang dibidik tidak begitu jelas sehingga diferensiasi produknya tidak nampak. Promosi tidak pernah dilakukan oleh perusahaan karena pertimbangan biaya

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat diketahui bahwa produk sirup carica dengan merek Sunrise mempunyai peluang pasar yang cukup luas dan belum dimanfaatkan. Pada sisi lain produk sirup carica mempunyai diferensiasi dengan produk dari daerah selain Wonosobo. Dengan demikian UD perlu untuk melakukan pengembangan pasar produk sirup carica dengan merek Sunrise di luar kota Wonosobo.

Berdasarkan hasil analisis respon terhadap konsumen yang membeli produk Sunrise dapat diketahui bahwa rasa dari produk tersebut enak, dibandingkan dengan produk dengan merek lain. Untuk harga yang ditawarkan memang mahal yaitu Rp.10.000,00 per botol. Harga mahal dikarenakan produk dikemas dalam bentuk botol yang bisa tahan lama. Produk tidak menggunakan bahan pengawet tetapi memakai bahan baku gula asli. Dengan demikian target pasar yang dituju adalah kelas menengah atas.

Oleh karena itu, penyebab pasar yang tidak luas bukan karena rasa produk nya (rasa sirupnya) akan tetapi faktor lain seperti kemasan, belum adanya komunikasi pemasaran serta daerah penjualan yang hanya di wilayah Wonosobo dan Semarang. Hal ini berarti strategi yang digunakan untuk mengembangkan usaha UD. Pondok Mulya adalah pengembangan pasar. **Pengembangan Pasar:** memperluas pasar, menambah potensi pasar lama dengan pasar baru, dengan menjual produk dan jasa yang sama.

Salah satu usaha yang dapat ditempuh untuk menghadapi persaingan perdagangan yang semakin tajam adalah melalui desain kemasan. Strategi yang dilakukan oleh UD Pondok Mulya adalah mengubah desain kemasannya karena kemasan dapat mengangkat citra dari sebuah perusahaan dan menciptakan kesetiaan atau loyalitas konsumen terhadap produk yang dikemasnya

Dalam upaya memanfaatkan potensi pasar tersebut maka dibutuhkan Kreativitas dan inovasi yang berkesinambungan antara lain dengan mengikuti perkembangan trend pasar. Salah satu yang mengikuti perkembangan trend adalah dalam kegiatan komunikasi pemasaran. Jadi strategi kedua yang digunakan untuk mengembangkan pasar adalah melakukan komunikasi pemasaran yang sesuai trend yaitu dengan memanfaatkan teknologi seperti internet (membuat blog).